

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, D. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pelanggan Dan Perkembangan Toko Linda Busana Pekanbaru . *Jurnal Ilmiah Skylandsea*, 2(2), 157–164.
- Agustina, F. I. (2020). Pengaruh Persepsi Nilai dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Alfamart di Kota Mataram. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Aisyah Siregar, I. (2020). Pengaruh Transaksi Online Shopping, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(2).
- Alma, B. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri. (2013). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Albushairi, S. A., Huda, N., & Rifani, A. (2018). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran*.
- Andhini, A., & Khuzaini. (2017). Pengaruh Transaksi Online Shopping, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(7), 1– 23. Retrieved From [Http://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/View/1753/1763](http://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/View/1753/1763)
- Aprilia, L., Maming, J., and Pakki, E. (2020). The Influence Of Trust And Service Quality On Loyalty Through Customer Satisfaction At State-Owned Banks In Makassar City. *Hasanuddin Journal Of Applied Business And Entrepreneurship*, 3(1), 36–48. <https://doi.org/10.26487/Hjabe.V3i1.295>
- Ardiani, E., dan Murwatiningsih. (2017). Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6(3), 274–284.
- Agustierna Merdekawati, Elvi Sunita Perangin-angin, S. M. U. (2021). PENGARUH KUALITAS APLIKASI MOBILE, KEPERCAYAAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ERA PANDEMI COVID 19 (Studi Kasus Pada Online Shop: Tokopedia, Shopee, Bukalapak). *Jurnal AKRAB JUARA*, 6(3), 157–173.
- Andini, Intan;, W. (2017). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa universitas gunadarma. *Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 19(1).
- Annur, C. M. (2022). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. *Databoks.Katadata.Co.Id*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022#:~:text=Jumlah Pengguna>

Internet di Indonesia (2018-2022*)&text=Menurut laporan We Are Social, tercatat sebanyak 202%2C6 juta.

- ARDIANSYAH, A. (2019). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINIMARKET AMARTA MLILIR JL. PONOROGO-MADIUN*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO.
- ARDIAPRESTOGA, A. (2021). *Pengaruh Customer Review, Kepercayaan Merk Terhadap minat Beli Dampaknya pada Keputusan Pembelian Produk Jersey Printing ARD Sport Sragen* (UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA). UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA. Retrieved from http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/93494%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/93494/8/Daftar_Pustaka.pdf
- Azmi, M. W., & Patrikha, F. D. (2022). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER EXPERIENCES TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI INTERVENING (STUDI PADA PEMBELIAN ELEKTRONIK DI MARKETPLACE SHOPEE)*. 10(1).
- Bertuah, E., & Wicaksono, S. M. (2021). Perbandingan Perilaku Belanja Online Melalui Shopee Dan Tokopedia Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–21.
- Dewi, R. S. (2021). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA MARKETPLACE TOKOPEDIA Pendahuluan Kerangka Teori. *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(1), 762–771.
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen. In *Deepublish Publisher* (Cetakan pe). Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hafidloh, & Marlina, N. (2021). Pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi gojek dimasa pandemi covid-19 dengan kepercayaan sebagai intervening. *Akuntabel*, 18(2), 219–228.
- Haryani, D. S. (2019). PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI TANJUNGPINANG. *DIMENSI*, 8(2), 198–209.
- Hidayat, A. (2012). Tutorial Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov dengan SPSS. *Www.Statistikian.Com*. Retrieved from <https://www.statistikian.com/2012/09/uji-normalitas-dengan-kolmogorov-smirnov-spss.html>
- Izzah, F. N., Munfiah, A., Apriliani, S. T., Risdiyanti, V. P., & Pratiwi, R. (2022).

- Intensitas Kepercayaan Konsumen, Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Customer Chatime Di Mall Ciputra Semarang. *Al-KALAM JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 9(1), 47. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v9i1.5248>
- Lim, S. H., Kim, D. J., Hur, Y., & Park, K. (2019). An Empirical Study of the Impacts of Perceived Security and Knowledge on Continuous Intention to Use Mobile Fintech Payment Services. *International Journal of Human-Computer Interaction*. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/10447318.2018.1507132>
- Lubis, I. S., Ardiansah, R., Jaya, S., & Kasmad, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Krispy Kreme Di Supermall Ciledug Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(1), 118. <https://doi.org/10.32493/jee.v4i1.14516>
- MAILIA, J. (2020). *Pengaruh customer experience terhadap loyalitas pelanggan o'chicken gobah ditinjau dari ekonomi syariah skripsi* (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU). UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU. Retrieved from [http://repository.uin-suska.ac.id/31446/1/GABUNGAN SKRIPSI KECUALI BAB IV.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/31446/1/GABUNGAN%20SKRIPSI%20KECUALI%20BAB%20IV.pdf)
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Nasrul Efendi1, T. W. H. L. (2022). Analisis pengaruh citra merek, promosi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ritel. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil : JWEM*, 12(April), 21–36.
- Novalia, I. C., & Muhtarom, A. (2020). Pengaruh citra merek, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada cv. boga lestari. *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA)*, 1(1), 1–13.
- Octavia, A. C. (2021). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI FLAMINGGO COLLECTION. *Edunomika*, 05(02), 709–725.
- Prasetyo, T. D., Istiatin, I., & Mursito, B. (2020). Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Ditinjau Dari Website Quality, Inovasi Produk, Dan Electronic Word of Mouth (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(02), 886–893. <https://doi.org/10.29040/jie.v4i02.1261>
- Putra, M. N. D. (2018). Pengaruh kepercayaan, kualitas informasi, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada pelanggan online shop shopee di kota Yogyakarta). *Skripsi Dipublikasikan*, 126. Retrieved from <https://ris.uksw.edu/download/makalah/kode/M02234>
- Resa, N. A. (2019). Kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan

- pembelian online. *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas*, 7(4).
- Salsabila, H. Z. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 75–84. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.442>
- Sangadji, E. M. S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, D. P., Islam, F. A., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2021). *Karya Ilmiah Ini Saya persembahkan Untuk Kedua Orang Tua Saya Ayahanda Zetliswar Ibunda Siti Qoiriyah Ananda Suci Zakiyah Sabina dan Razid Umar Satria Tak lekang selalu memberikan do ' a kesuksesan dan Support Bagi Saya*.
- Septhi, A., & Hidayat, R. (2021). *Analysis of Viral Marketing and Customer Experience Influence on Purchasing Decisions through E-Commerce Shopee*. (Icaess 2020), 36–43. <https://doi.org/10.5220/0010354200360043>
- Setyawati, K. E., Z, O. K., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4). Retrieved from <https://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/view/1471>
- Sondakh, E. (2020). Salah Kaprah Pengujian Normalitas Dalam Analisis Persediaan Menggunakan Metode Probabilistik Sederhana. *Jurnal Logistik Bisnis*, 10(1), 67. <https://doi.org/10.46369/logistik.v10i1.699>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandi. (2020). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK MEREK WARDAH Suhandi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian prod. 6(2), 75–79.*
- Suharsimi, A. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Susanto, F. E. S., & Fadhillah, M. (2018). PENGARUH KUALITAS INFORMASI , PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE. *Journal Competency of Business*, 2(I), 40–52.
- Syallwaridha Amrudhella Azhari, Warneri, O. P. (2021). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE SHOP PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI DI SHOPEE. <https://Jurnal.Untan.Ac.Id/I>, 1–8.
- Wardhani, M. R. T. (2020). *PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED RISK TERHADAP BUYING INTENTION DENGAN CUSTOMER ATTITUDE SEBAGAI INTERVENING SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PUTRA BANGSA PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S-1*

) *PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED RISK TERHADAP BU. SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PUTRA BANGSA.*

- Wijaya, Fransisca Christinna, & Paramita, Eristia Lidia. (2017). HARGA, RESIKO, SIKAP KONSUMEN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION SECARA ONLINE. *Universitas Kristen Satya Wacana*, (52). Retrieved from <https://ris.uksw.edu/download/makalah/kode/M02234>
- Yusnia, B. (2020). CUSTOMER EXPERIENCE, DIFERENSIASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI PUSAT GROSIR SOLO. *Edunomika*, 04(01), 318–326.
- Sekaran, U., dan Roger, B. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*, Yogyakarta: Andi.
- Tatik Suryani, 2013, *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Turban E., King D., Lee J., Warkentin M. and Chung H.M. (2002). *Electronic Commerce*. New York: Prentice Hall.
- Utari Wijayati dan Rahma Wahdiniwaty, 2017. Pengaruh Kelompok Acuan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Bandung : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM.
- Whinston, k., and Kalakota. (1996). In M.suyanto, *from a start-up to a unicorn*
- Widyanita, F. A. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fe Uii Pengguna Shopee (Vol. 7)*. Universitas Islam Indonesia.
- Yazid. (2005). *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Edisi 2. Jakarta: Ekonisia.
- Zulfa, L., dan Hidayati, R. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(3), 1–11